

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata di Indonesia terus mengalami perkembangan. Pada bulan Januari hingga Agustus 2019 banyaknya Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) yang data ke ke Indonesia mencapai 10,87 juta kunjungan. Suhariyanto selaku Kepala Badan Pusat Statistik (BPS) mengungkapkan , jumlah wisatawan mancanegara tersebut sedikit naik 2,67 persen jika dibandingkan dengan masa yang sama tahun sebelumnya yang berjumlah 10,58 juta kunjungan. Wishnutama Kusubandio selaku Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif untuk sekarang tidak lagi membuat target untuk jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia. Akan tetapi , dilakukan perubahan dengan menyoar segmen wisatawan *hight class* atau yang berkualitas dengan tingkat pengeluaran yang lebih tinggi. Diharapkan itu bisa tetap menambah penerimaan devisa negara pada sector pariwisata.

Pariwisata di Indonesia sangatlah banyak dan beranekaragam hal ini tak luput karena Indonesia adalah merupakan negara kepulauan terbesar di dunia yang dimana terdiri dari 17.504 pulau dengan panjang garis pantai 81.000 km dan juga luas perairannya terdiri dari laut teritorial. Hal itu merupakan anugrah dari tuhan kepada bangsa Indonesia ini sehingga dengan kekayaan pulau tersebut membuat Indonesia dikenal negara yang memiliki pariwisata terbanyak di Dunia. Keberhasilan Indonesia dalam menjadikan negara pariwisata tak luput pula kerana bantuan dari pemerintah daerah yang mampu untuk mendorong masyarakat sadar

akan pentingnya kekayaan dan anugrah Tuhan sehingga menjadikan setiap daerahnya sebagai daerah wisata. Salah satu wilayah yang memiliki kontribusi besar dalam pengembangan bidang pariwisata di Indonesia adalah Kabupaten Banyuwangi Jawa Timur.

Kabupaten Banyuwangi adalah salah satu kabupaten paling ujung di timur pulau jawa yang dimana Banyuwangi terkenal memiliki banyak destinasi wisata yang anggun dan bagus. Banyuwangi juga terkenal akan Potensi wisatanya yang sangat tinggi, tak heran jika Banyuwangi dijadikan salah satu destinasi favorit kunjungan wisatawan di Jawa Timur. wisatawan domestik yang berkunjung sejak tahun 2013 hingga sampai tahun 2018 mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Hal ini terbukti Pada tahun 2013 wisatawan domestik yang datang mengunjungi destinasi wisata di Kabupaten Banyuwangi sejumlah 1.057.952 orang dan pada Tahun 2018 jumlah wisatawan domestik yang mengunjungi destinasi wisata di Kabupaten Banyuwangi naik menjadi 5.039.934 orang. Tidak hanya wisatawan lokal, keindahan Banyuwangi juga disorot mancanegara, terbukti dari jumlah kunjungan wisatawan mancanegara di Kabupaten Banyuwangi pada tahun 2013 sebanyak 10.462 orang meningkat signifikan menjadi 127.420 orang di tahun 2018.

Banyuwangi tidak hanya terkenal memiliki objek wisata yang menawan. Akan tetapi Banyuwangi juga dikenal memiliki banyak kegiatan kepariwisataan. Pak menteri Wishnutama Kusubandio juga menilai Banyuwangi patut untuk menjadi contoh Kabupaten yang sukses dalam mengembangkan berbagai kegiatan kepariwisataan. Sehingga bisa menarik perhatian publik luas

Perkembangan pariwisata Banyuwangi, tidak lepas dari komitmen kuat

Bupati Abdullah Azwar Annas yang menjadi Bupati di tahun 2010 berhasil memperbaiki total Banyuwangi. Istimewanya, pembangunan tersebut juga didorong oleh masyarakat yang juga ikut berperan aktif dalam pembangunan sector pariwisata disana , sehingga masyarakat tidak hanya menjadi penonton pasif akan tetapi menjadi pemain yang aktif dalam meningkatkan kota Banyuwangi sendiri.



Gambar 1.1 Gambar Grafik kunjungan wisatawan Banyuwangi

Sumber: www.banyuwangikab.go.id (2019)

Perkembangan wisatawan di Indonesia tak luput dari pesatnya perkembangan teknologi di Indonesia terlebih pada aktifis pengguna media social. Hal ini dikarenakan mudahnya masyarakat dalam mengakses internet dan mendapatkan sebuah informasi hanya dengan melalui media social . Pada tahun 2018 Indonesia termasuk Negara yang memiliki penetrasi pengguna internet sebanyak 171,17 juta pengguna. Menurut data dari *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indoseia*, hampir semua media social dimiliki oleh pengguna internet

Indonesia seperti Facebook, Google+, Twitter, YouTube, Instagram dan juga LinkedIn. (Sembiring,2019)

Twitter merupakan media social yang juga banyak mendapatkan perhatian masyarakat Indonesia, berdasarkan PT Bakrie Telecom pengguna Twitter di Indonesia mencapai 19,5 juta orang jumlah ini diprediksi makin terus bertambah. Disamping itu pengguna Twitter di Indonesia dinilai sangat atraktif dan bersemangat dalam menuliskan cuitan, Tidak jarang, hasil obrolan di lini masa menjadi *Trending Topic* atau topik paling banyak dibicarakan diseluruh dunia (Movementi,2018)

Pada bulan Juli 2019 warganet Indonesia dihebohkan dengan fenomena KKN Desa Penari. *Tweet* #KKNDesaPenari adalah salah satu hashtag di Twitter yang menjadi *trending topic* bulan Juli dan Agustus 2019. Awalnya hashtag ini muncul karena seorang akun @SimpleM81378523 atau yang lebih akrab disebut @SimpleMan menuliskan dan membagikan cerita mistis itu di media social Twitter. Fenomena ini menceritakan tentang sekelompok mahasiswa KKN belum diketahui identitasnya yang mengalami cerita mistis mulai dari dihantui seirang penari cantik, sosok gondoruwu, hingga makhluk yang tidak tau jenisnya yang tidak kasatmata. Fenomena ini banyak mengakibatkan perbedaan pendapat dimasyarakat, sehingga masyarakat berbondong – bondong mencari fakta yang sebenarnya tentang fenomena tersebut, mereka selalu mencari tau dengan cara membandingkan beberapa perbedaan cerita dari @SimpleM81378523 tersebut.

Beberapa spekulasi masyarakat berasumsi bahwa fenomena KKN Desa Penari terjadi di Kabupaten Banyuwangi karena kota dengan inisial B dari dalam cerita tersebut yang terkuat adalah 2 daerah yakni Banyuwangi dan Bondowoso

akan tetapi secara detail dari lokasi hutan hingga pedalaman dari cerita itu banyak mengarah ke kota Banyuwangi sehingga, masyarakat di Indonesia menarik kesimpulan bahwa fenomena KKN Desa penari terjadi di kota Banyuwangi. Fenomena ini berdampak pada antusiasme wisatawan untuk berkunjung maupun melakukan kunjungan kembali ke beberapa pariwisata di Kabupaten Banyuwangi karena mereka ingin mengetahui apa yang selama ini masih menjadi misteri di Indonesia tentang KKN Desa Penari.



Gambar 1.2 Tranding Topic #kkndesapenari

Sumber : www.bogor.tribunnews.com (2019)

Berbagai berita juga tersebar bahwasanya cerita KKN Desa Penari itu pun akan di film kan dalam layar lebar mulai dari alur awal mahasiswa tersebut berangkat hingga beberapa mahasiswa yang meninggal karena cerita mistis setelah mereka KKN. Hal ini merupakan kabar gembira bagi masyarakat Indonesia yang masih penasaran dengan cerita tersebut sehingga pemikiran atau khayalan dari masyarakat pun bisa terjawab walaupun bukan benar- benar 100 % keaslian dari cerita yang telah beredar sebelumnya. MD Pictures merupakan salah satu produsen film yang akan menayangkan film tersebut . Seperti yang kita tahu

bahwa MD Pictures selalu sukses dalam dunia perfilm an horror seperti Danur, Perjanjian Dengan Iblis, Kembang Kantil dan lain-lain. Film tersebut kabarnya akan di tayangkan di bioskop Indonesia pada pertengahan tahun 2020.



Gambar 1.3 Produser PT MD Pictures mengumumkan KKN Desa Penari akan dibuat film

Sumber : www.jawapos.com (2019)

Fenomena KKN Desa Penari menarik untuk diteliti karena fenomena tersebut belum diketahui kebenarannya. Dalam penelitian ini nantinya peneliti akan mengungkapkan pengalaman wisatawan yang nantinya akan berpengaruh kepada kepercayaan dan minat berkunjung kembali kepada destinasi wisata di Banyuwangi setelah fenomena cerita KKN Desa Penari tersebut Sehingga peneliti tertarik untuk mendalami kebenaran fenomena tersebut. Hal ini dilakukan dengan membuat penelitian yang berjudul “ Pengaruh *Experience* Terhadap *Trust* dan *Revisit Intention* (survey pada *millennial Tourist* yang berkunjung ke Banyuwangi paska fenomena KKN Desa Penari).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah *Experience* (X) berpengaruh terhadap *Trust* (Y1) pada *millennial tourist* pasca fenomena KKN Desa Penari?
- b. Apakah *Experience* (X) berpengaruh terhadap *Revisit Intention* (Y2) pada *millennial tourist* pasca fenomena KKN Desa Penari?
- c. Apakah *Trust* (Y1) berpengaruh terhadap *Revisit Intention* (Y2) pada *millennial tourist* pasca fenomena KKN Desa Penari?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh *Experience* terhadap *Trust* pada *millennial tourist* pasca fenomena KKN Desa Penari.
2. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh *Experience* terhadap *Revisit Intention* pada *millennial tourist* pasca fenomena KKN Desa Penari.
3. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh *Trust* terhadap *Revisit Intention* pada *millennial tourist* pasca fenomena KKN Desa Penari.

1.4 Manfaat

Manfaat dalam penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi, Penelitian ini juga memberikan sumbangsih ilmu dibidang manajemen pemasaran terutama yang berhubungan dengan Strategi Promosi melalui Media Sosial.

2. Manfaat Praktis

Memberikan kontribusi dengan menyajikan pengembangan model rekomendasi tentang daya tarik pesan berbasis mistisme untuk promosi wisata di kalangan *stakeholder*, khususnya Dinas Pariwisata Banyuwangi.